

UPUTSTVO ZA IZRADU SEMINARSKOG RADA

1. Uvod

Uputstva koje slijede rezultat su prikupljanja, raščlanjavanja, uopštavanja i razrade različitih prikupljenih informacija o pisanju stručnih i naučnih radova. Upute za pripremu seminarskog rada imaju zadataka da pomognu studentima pri izradi seminarskih radova iz predmeta koji se izvode na I ciklusu studija.

Seminarskim radom, koji predstavlja *samostalnu naučnu/stručnu obradu izabrane teme*, student pokazuje teorijsko i praktično znanje kao i sposobnost samostalnog korišćenja naučnih i stručnih izvora (domaća i inostrana literatura) putem pisanog izražavanja.

Ciljevi izrade seminarskog rada su:

1. proširenje i produblјivanje znanja iz sadržaja nastavnog programa,
2. sticanje prakse i iskustva u pisanju naučnih i stručnih radova,
3. povezivanje teorijskih saznanja i praktičnih iskustava obradom slučajeva (case) ili praktičnih primjera relevantnih za temu.

Očekivani obim seminarskog rada je između 12 i 18 stranica (ne računajući naslovnu stranicu i stranicu sa sadržajem, kao ni eventualne priloge/anekse), odnosno između 1 i 1,5 tabaka ili oko 30.000 slovnih karaktera. U skladu sa temom, a na osnovu saglasnosti nastavnika, jednu temu mogu da rade 2 ili 3 studenta (odnosi se samo na teme koje predviđaju detaljnije i obimnije istraživanje).

1.1. Dogovor s nastavnikom o temi, naslovu i sadržaju seminarskog rada

Na osnovu liste mogućih tema za seminarske radove (teme se mogu odnositi na teorijski pristup ili na elaboraciju na primjeru preduzeća, ustanove, odnosno organizacije), temu seminarskog rada predlaže student - radni naslov i sadržaj rada, a konačnu verziju definiše u saglasnosti i nakon obavljenih konsultacija sa nastavnikom. Uz prijedlog radnog naslova i sadržaja rada, student navodi i popis već proučene literature, kao i druge izvore podataka koje namjerava koristiti pri obradi teme i izradi rada. Nakon prihvatanja teme, nastavnik upućuje studenta u način obrade teme,

dodatnu literaturu i određuje obim seminarskog rada. Tokom izrade rada student može koristiti termine za konsultacije na fakultetu i kontakte sa profesorom/asistentom preko e-mail adrese.

1.2. Prijava, predaja i obrana seminarskog rada

Student predaje radnu verziju rada (uvezanu u plastični uvez) nastavniku, odnosno asistentu. Ukoliko nastavnik ima primjedbi i sugestija, student sprovodi ispravke i dopunjava rad. Student predaje finalnu verziju seminarskog rada (uvezanu u plastični uvez) u jednom primjerku u dogovorenom roku nastavniku ili asistentu na predmetu, kao i dodatnu kopiju u elektronskom obliku (e-mail, CD...). Seminarski rad ocenjuje nastavnik – mentor. U skladu sa programom rada, predviđena je i odbrana seminarskog rada u formi usmenog izlaganja. Termin odbrane zakazuje nastavnik u dogovoru sa studentom.

2. Metodologija izrade rada

Izabrana tema i radni naslov predstavljaju osnovni okvir za oblikovanje sadržaja rada. Student samostalno prikuplja izvore (knjige i članke) koji obrađuju tematiku rada, a može koristiti savjete/uputstva nastavnika u pogledu konkretnih autora ili naslova. Uvid i čitanje stručne literature nužan je preduslov samostalnoga rada na izradi seminarskog rada.

Naslovna strana - sadrži osnovne podatke: ime i prezime, naslov rada, oznaku "SEMINARSKI RAD", naziv univerziteta i naziv fakulteta, naziv predmeta iz kojega je seminarski rad izrađen, titulu, ime i prezime mentora, broj indeksa studenta, datum predaje rada.

Sadržaj - daje uvid u stranice rada na kojima se nalaze naslovi i podnaslovi.

Uvod – po izboru studenta i sadrži osnovne napomene o problematici koji se obrađuje u radu (imenovanje problema i razlog izbora za predmet proučavanja), način obrade problema i strukturu rada.

Razrada teme – prati sadržaj, a u zavisnosti od teme može imati neke specifičnosti. Uglavnom treba da predstavlja kombinaciju teorijskih i praktičnih saznanja do kojih je student došao u toku školovanja, a posebno da jasno izdvoji i izloži osnovni predmet rada na koncizan način.

U prikazu problema koji se obrađuje, ako je moguće, korisno je primijeniti sljedeći raspored: dosadašnji razvoj, sadašnje stanje i postojeći problemi, procjena za budućnost. Cjelokupan sadržaj teksta koji student izlaže u radu treba biti smisljeno raspodijeljen.

Svakom dijelu rada (glava, poglavlje...) određuje se naslov. Naslov glave piše se velikim slovima, radi preglednosti može se podebljati, a s pisanjem se započinje na zasebnoj stranici. Glave se prema potrebi raščlanjuju na poglavlja, poglavlja na odjeljke, odjeljci na tačke... (npr. 1. UVOD 1.1. Predmet i cilj rada 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja 1.3. Sadržaj i struktura rada)

Poglavlje se označava podnaslovom koji se piše malim slovima, ali mora biti istaknut (podebljano ili kosim slovima). Poglavlje ne mora započeti na posebnoj stranici. Složenost strukture rada zavisi od vrste i odrednica sadržaja koji se obrađuje, no opšta preporuka glasi: radi lakšega praćenja i preglednosti teksta, raščlanjivanje unutar jedne glave ne bi trebalo prelaziti četiri nivoa (npr. do 5.4.3.)

Zaključak - ukratko treba prikazati rezultate i saznanja do kojih se u radu došlo.

Navođenje literatura - dolazi na stranici rada iza zaključka. Popis literature obuhvata korišćene izvore - stručne knjige, časopisi, statističke i ostale publikacije, enciklopedije, materijali stručnih organizacija i udruženja, neobjavljeni materijali, novine, zakonska rješenja, Internet stranice i sl.

Unutar svake skupine izvori se nižu abecednim redom (prema prezimenu autora, a ne postoji li autor ili urednik, prema prvoj riječi naslova). Označavaju se arapskim brojevima.

Najprije se navodi prezime autora koje se odvajaju zarezom od inicijala imena. Titule autora nije potrebno pisati. Ako je više autora, navode se redom koji je označen na samom djelu (knjizi, zborniku, časopisu...) i odvajaju se zarezom. Zatim se navode inicijali imena, a u zagradi godina izdanja. Dalje se navodi naslov italikom (ako je u pitanju članak, on se još obilježava i pod navodnicima), zatim mjesto i izdavač, sve odvojeno zapetama.

Primjer:

1. Stoner, Dž. (1997), *Menadžment*, Želnid, Beograd.
2. Stoner, Dž., Friman, E., Gilbert, D. (1997), *Menadžment*, Želnid, Beograd.

Ako je riječ o knjizi izdatoj u SAD, osim mjesta izdavanja, treba navesti i skraćeni naziv države u kojoj se nalazi izdavač.

1. Wind, J., Mahajan, V. (2001), *Digital Marketing – Global Strategies from the World's Leading Experts*, John Willey & Sons, Inc, New York, NY.

Članci korišteni u radu navode se na sličan način kao i knjige. Najprije se piše autor članka i godina, zatim u navodnicima stoji naslov članka. Nakon toga, navodi se časopis u kojem je članak objavljen (italik), broj časopisa, godina izlaženja navedenog broja, izdavač i mjesto u kojem je izdat (ako ima taj podatak),

Primjer:

- a. **Prezime, Prvo slovo imena. (godina izdanja), Naziv članka, Naziv časopisa, broj (Vol. __, No. __), Izdavač, Mjesto izdanja,**

1. Petrović, M. (2004), „Konkurentnost kao prioritetni cilj savremenog i tržišno orijentisanog preduzeća”, *Poslovna politika*, god. V, broj 11, Beograd.
2. Marcus, B. (2004), „Value of Money”, *Harvard Business Review*, Vol. V, No. 11, Harvard University Press, Boston, MA.

b. Prezime, Prvo slovo imena. (godina izdanja), Naziv članka, Naziv zbornika, Mjesto izdanja, Izdavač.

1. Hanić, H. (2005), O privatizaciji banaka u Srbiji, *Privatizacija banaka u Srbiji*, Beogradska bankarska akademija, Institut ekonomskih nauka, Beograd,

Koriste li se članci ili neki drugi podaci s Interneta, takođe ih treba navesti u literaturi. Ako je riječ o članku, najprije se piše autor članka, zatim naziv članka, Internet adresa na kojoj se članak nalazi, datum kada je članak čitan s Interneta, odnosno kada je pristupljno čitanju članka (jer u većini slučajeva ne postoji datum kada je članak objavljen na Internetu), te stranice na kojima se nalazi članak.

Primjer:

1. Webber, A., “What Great Brands Do”,
<http://www.fastcompany.com/online/10/bedbury.html>, pristupljeno 17.08.2011.

Ako podaci u radu nisu dio članka objavljenog na Internetu, već se nalaze na nekoj Internet stranici (na primjer, nekog preduzeća, ustanove, organizacije i sl.), potrebno je navesti naziv i adresu Internet stranice koja je korišćena u radu i datum pristupa stranici.

Primjer:

1. American Marketing Association, <http://www.ama.org>, pristupljeno 17.08.2011.

Navođenje izvora (“fusnote“ / “endnote“) – može se pisati na jedan od sledećih načina u zavisnosti od izbora i to kao:

- a) “fusnote” - na donjem rubu stranice; označuju se brojevima od 1 nadalje;
- b) “endnote” - na posebnoj stranici; označuju se brojevima od 1 nadalje.

U slučaju izbora pod b) treba popis označiti sa REFERENCE ili POPIS IZVORA PODATAKA i to iza zaključaka a pre stranice sa popisom literature (bibliografija).Njihova svrha je što se one (“fusnote” / “endnote”) koriste kao dokumentacija i to:

- za svako cjelovito navođenje tuđih riječi u tekstu (citiranje), uz upotrebu pravopisnih znakova navođenja (navodnici “.....”);
- u slučaju kada se duži tekst sažima i oblikuje svojim rečima, pri čemu se mora navesti izvor iz koga potiče;
- za navođenje svake činjenice ili podatka koji nije poznat, ali znamo ko je autor.

Necitirani dijelovi tuđih radova smatraju se plagijatom, tj. nezakonitim prisvajanjem proizvoda tuđeg naučnog i stručnog rada! Pri pisanju rada na računaru, u programu postoje posebne naredbe za automatsko uređenje (“fusnota” ili “endnota”). One se navode na sličan način kao i literatura s tim što je potrebno još na kraju navoda dodati broj stranice na kojoj se citat ili navedena činjenica nalaze. Pišu se veličinom slova 10.

Primjer:

- 1 Stoner, Dž. (1997), *Menadžment*, Želnid, Beograd, str. 233.
- 2 Stoner, Dž., Friman, E., Gilbert, D. (1997), *Menadžment*, Želnid, Beograd, str. 342-345.
- 3 Wind, J., Mahajan, V. (2001), *Digital Marketing – Global Strategies from the World’s Leading Experts*, John Willey & Sons, Inc, New York, NY, str. 128.
- 4 Petrović, M. (2004), „Konkurentnost kao prioritetni cilj savremenog i tržišno orijentisanog preduzeća”, *Poslovna politika*, god. V, broj 11, Beograd, str. 25.
- 5 Marcus, B. (2004), „Value of Money”, *Harvard Business Review*, Vol. V, No. 11, Harvard University Press, Boston, MA, str. 58-69
- 6 Hanić, H. (2005), O privatizaciji banaka u Srbiji, *Privatizacija banaka u Srbiji*, Beogradska bankarska akademija, Institut ekonomskih nauka, Beograd, str. 84.

Ako se navod (citat) nekoga djela u radu pojavljuje više puta, nije potrebno pisati sve podatke o delu, nego se u tom slučaju citira na sledeći način:

- 1 Stoner, Dž. (1997), *op.cit.*, str. 233.

Ako se koristi navod iz djela koje je citirano u prethodnom navodu odnosno neposredno prije naredne koja se sada navodi, na istoj je stranici teksta dovoljno napisati “Ibid.” i stranicu sa koje je navod:

- 1 Ibid., str. 255.

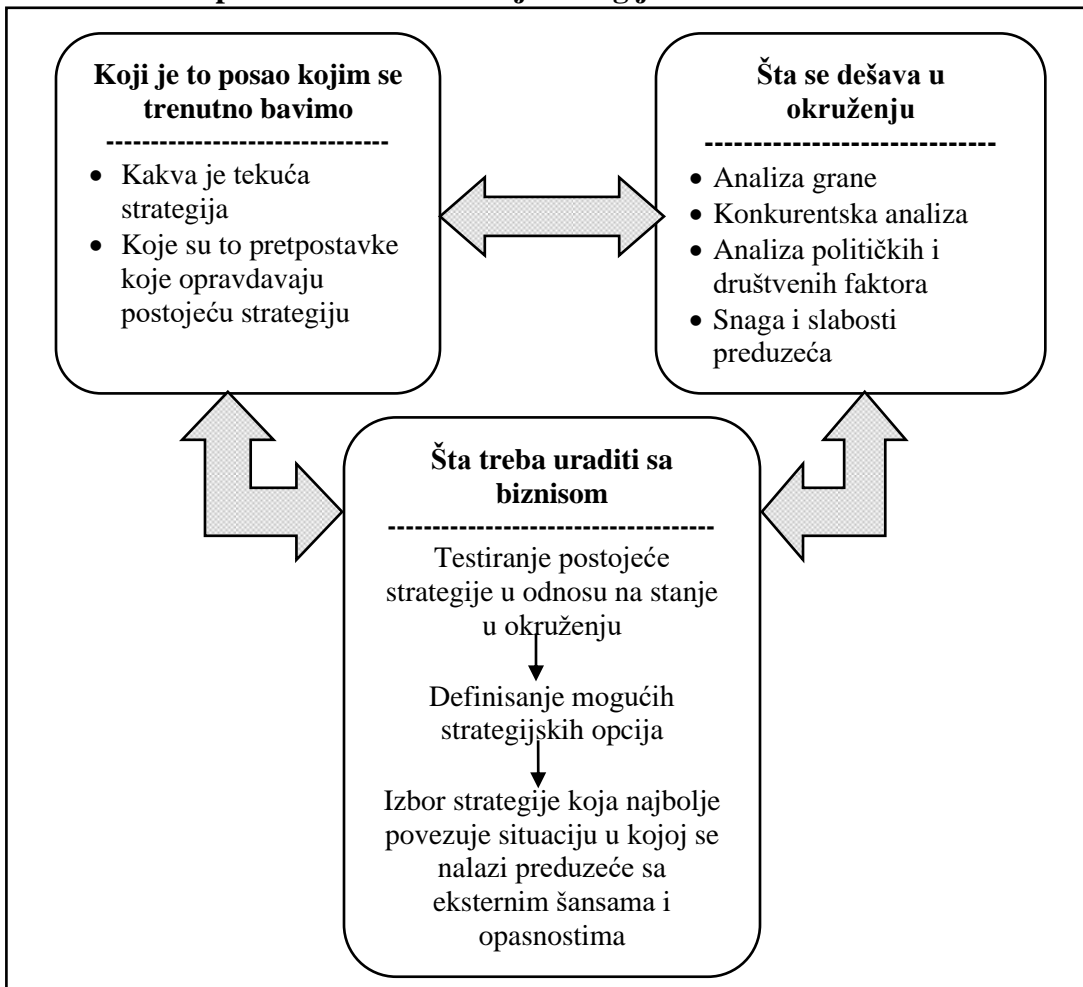
Kod podataka sa interneta fusnote/endnote su iste kao i navodi u literaturi:

- 1 Webber, A., "What Great Brands Do", <http://www.fastcompany.com/online/10/bedbury.html>, pristupljeno 17.08.2011.
- 2 American Marketing Association, <http://www.ama.org>, pristupljeno 17.08.2011.

Tabele, grafikoni i slike – obavezno ih treba označiti odgovarajućim rednim brojem. Naslov tabele, grafikona, crteža ili slike mora ukratko sadržati odgovor na pitanja "*šta, gdje i kada*". Naslov se piše podebljanim slovima (font Times New Roman, veličina 12). Za pisanje teksta u tabeli, slici i dr. koristi se font Times New Roman, veličina 11). Uz svaku tabelu, grafikon, crtež i/ili sliku mora se neizostavno označiti izvor podataka (koristi se font Times New Roman, veličina 10).

Primjer:

Slika 1 - Konceptualni okvir za razvoj strategije



Izvor: Porter, M. E. (1998), *The Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*, reprint izdanja iz 1980, The Free Press, New York, p. xxviii.

Popis (spisak) tabela, slika, grafikona - Popis tabela slijedi nakon stranice s literaturom. Popis sadrži redni broj i naziv svih tabela navedenih prema redoslijedu (broj stranice) pojavljivanja u radu. Naslov "SPISAK TABELA", napisan velikim slovima (veličina 12), nalazi se na sredini stranice. Stranica se numerički arapskim brojem.

Popis ilustracija (slika, grafikona i crteža) dolazi iza stranice s popisom tabela. Preporučljivo je popis slika, grafikona i crteža načiniti odvojeno. Izrada stranice s spisakom - popisom slika, grafikona i crteža ista je tehnici izrade stranice s popisom tabela.

Primjer:

SPISAK SLIKA

Slika 1.	Povoljni i preteći izazovi za rast preduzeća.....	7
Slika 2.	Lanac održivog rasta preduzeća.....	9

Izgled (layout) rada – ne samo estetski razlozi nego i profesionalan pristup zahtjeva poštovanje nekih pravila vezanih za preglednost rada.

- 1 odabrati font Times New Roman
- 2 odabrati veličinu slova 12 i prored 1.5,
- 3 koristiti sledeće margine za Page Setup – Top 2,5 cm, Bottom 2 cm, Left 3 cm, Right 2,5 cm
- 4 za glave, poglavlja i odjeljke odabrati sledeću veličinu i izgled slova:
 - **UVOD** (Times New Roman, 14, bold)
 - 1. XXXXX (Times New Roman, 14)
 - **1.1. XXXXXX** (Times New Roman, 12, bold)
 - **1.1.1. XXXXXX** (Times New Roman, 12, bold, kurziv)
 - **ZAKLJUČAK** (Times New Roman, 14, bold)
 - **LITERATURA** (Times New Roman, 14)
- 5 za “fusnote“ / “endnote“ odabrati veličinu slova 10,
- 6 pisati u pasusima - postoje dva načina:

1) uvučeni početak (između nema praznog reda),

Primjer:

Savremeno poslovanje poznaje i druge, alternativne forme vertikalne diversifikacije, kao što je sklapanje ugovora sa dobavljačima u kojima preduzeće može da postavi stroge standarde kada su u pitanju kvalitet materijala ili sirovina i njihove cene, rokovi isporuke, garancije i ostali relevantni faktori. Takođe, u ove *kvazi* forme ubrajaju se i varijante da se veliki deo plasira putem vlastitih kanala prodaje, a deo proizvoda putem ostalih distributera, ili, pak, da se veći deo proizvodnje inputa obavlja u preduzeću, a da se preostali deo obezbedi na tržištu.

Isto tako, preduzeće u cilju kontrolisanja kompletnog procesa transformacije inputa u autpute i same prodaje proizvoda, može da, putem raznih ugovora o kooperaciji, posebnih aranžmana, davanja kredita, kupovinom kontrolnog paketa akcija dobavljača ili distributera, obezbedi značajan stepen kontrole, efikasnije upravljanje ponudom i tražnjom i jačanje svoje konkurentske pozicije.

2) jedan red razmaka između (početak nije uvučen).

Primjer:

Savremeno poslovanje poznaje i druge, alternativne forme vertikalne diversifikacije, kao što je sklapanje ugovora sa dobavljačima u kojima preduzeće može da postavi stroge standarde kada su u pitanju kvalitet materijala ili sirovina i njihove cene, rokovi isporuke, garancije i ostali relevantni faktori. Takođe, u ove *kvazi* forme ubrajaju se i varijante da se veliki deo plasira putem vlastitih kanala prodaje, a deo proizvoda putem ostalih distributera, ili, pak, da se veći deo proizvodnje inputa obavlja u preduzeću, a da se preostali deo obezbedi na tržištu.

Isto tako, preduzeće u cilju kontrolisanja kompletnog procesa transformacije inputa u autpute i same prodaje proizvoda, može da, putem raznih ugovora o kooperaciji, posebnih aranžmana, davanja kredita, kupovinom kontrolnog paketa akcija dobavljača ili distributera, obezbedi značajan stepen kontrole, efikasnije upravljanje ponudom i tražnjom i jačanje svoje konkurentske pozicije.

Dodatna tehnička uputstva za pisanje rada kompjuterom:

1. iza svake riječi se nalazi jedan razmak,
2. pravopisni znakovi kao što su tačka, upitnik, uskličnik (uzvičnik), zarez, dvije tačke (:), tačka-zarez (;), zatvorena zagrada, navodnici na kraju navoda, znak za procenat, pišu se zajedno sa riječi iza koje slijede (između tih znakova i riječi ne stavlja se razmak),
3. znakovi kao što navodnici na početku navoda i otvorena zagrada, pišu se zajedno sa riječi ispred koje se nalaze (između tih znakova i riječi takođe nema razmaka),
4. ako iza neke riječi dolazi navod teksta u zagradi, između te riječi i početka zagrade piše se razmak,
5. znak i (&) piše se odvojeno od riječi između kojih stoji,
6. tri tačke(...) se piše zajedno sa riječi kojoj prethodi, a odvojeno od riječi ispred koje se nalazi,
7. crtica se piše zajedno s riječima između kojih stoji ako se radi o složenici (npr.tehno-ekonomski), a odvojeno ako se koristi u neku drugu svrhu.